



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI DI TOKO *ONLINE* MATAHARI.COM

Oleh :

EVA ZUMALA

NIM. 2015-11-363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY,ELECTRONIC WORD OF MOUTH
DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DI TOKO ONLINE
MATAHARI.COM**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,26 Agustus 2019

Mengetahui,

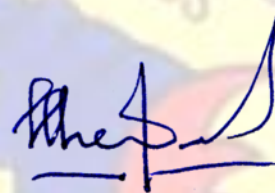
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Dina Lusianti,SE,MM,AAK

NIDN.0630098401



Dr.H.Mochamad Edris,Drs.MM

NIDN.0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr.H.Mochamad Edris,Drs.MM

NIDN.0618066201



Mia Ajeng Alifiana,SE.MBA

NIDN.0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang akan kamu kerjakan. **(QS. Al-Mujadilah :11)**
2. Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Allah adalah orang yang paling taqwa di antara kalian. **(QS. Al-Hujurat: 13)**
3. Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya, ia akan memotongmu (menggilasmu). **(H.R. Muslim)**

Persembahan :

1. Orang Tuaku yang tersayang.
2. Seluruh keluargaku yang telah memberikan doa dan dukungannya
3. Teman - temanku yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada saya
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *Electronic Word of Mouth* dan *Price Discount* Terhadap minat beli di Toko *Online* Matahari.com”. Skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan staff karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.



ABSTRAKSI

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *PRICE DISCOUNT* TERHADAP MINAT BELI DI TOKO *ONLINE* MATAHARI.COM

Eva Zumala

NIM. 2015-11-363

**Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
2. Mia Ajeng Alifiana, SE., MBA.**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *E-service quality*, *electronic word of mouth* dan *price discount* terhadap minat beli di toko online matahari.com. Dalam penelitian ini diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu *service quality*, *electronic-word of mouth* dan *price discount* sebagai variabel bebas dan minat beli sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang didapat dari konsumen toko online matahari.com dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi pengaruh *service quality*, *electronic word of mouth* dan *price discount* terhadap minat beli di toko online matahari.com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *e-service quality*, *electronic word of mouth* dan *price discount* terhadap minat beli di toko online Matahari.com. Perusahaan diharapkan supaya lebih intens dalam mengadakan program diskon di even-even tertentu dan perlu lebih memperhatikan privasi konsumen yang sudah berbelanja di situs Matahari.com, utamanya tentang aktivitas belanja konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap toko online Matahari.com.

Kata kunci: *service quality*, *electronic-word of mouth*, *price discount* dan minat beli

ABSTRACT

INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, ELECTRONIC-WORD OF MOUTH AND PRICE DISCOUNT TOWARDS INTEREST TO BUY IN THE ONLINE STORE OF MATAHARI.COM

Eva Zumala

2015-11-363

**Guidance Lecturer : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
1. Mia Ajeng Alifiana, SE., MBA.**

UNIVERSITAS MURIS KUDUS

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of service quality, electronic-word of mouth and price discount on buying interest in the Matahari.com online store. In this study three independent variables and one dependent variable were proposed, namely service quality, electronic-word of mouth and price discount as independent variables and buying interest as the dependent variable.

This research was conducted using a questionnaire method obtained from consumers at the Matahari.com online store and analyzed by regression. The first stage tests the validity and reliability of questions for each variable. The second stage, regression of the effect of service quality, electronic word of mouth and price discount on interest in buying in the online store at Matahari.com.

The results showed that there was an effect of service quality, electronic word of mouth and price discount on buying interest in the Matahari.com online store. The company is expected to be more intense in holding discount programs at certain events and need to pay more attention to the privacy of consumers who have shopped on the Matahari.com site, mainly about consumer shopping activities, so as to increase consumer buying interest in the Matahari.com online store.

Keywords: *service quality, electronic-word of mouth, price discount and buying interest*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Minat Beli.....	9
2.2. <i>E-Service Quality</i>	13
2.3. <i>E-Wom (Electronic Word of Mouth)</i>	20
2.4. <i>Price Discount</i>	25
2.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.7. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Variabel Penelitian	36
3.3. Definisi Operasional Variabel	37
3.4. Jenis dan Sumber Data	38
3.5. Populasi dan Sampel.....	39

3.6. Metode Pengumpulan Data	41
3.7. Uji Instrumen.....	42
3.8. Pengolahan Data.....	43
3.9. Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Penyajian Data.....	50
4.2. Analisis Data	58
4.3. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran-saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pertambahan Pengguna Internet Tahun 2013-2018	1
Tabel 3.1. Tabel Normal Tingkat Keyakinan	42
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	47
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Status pernikahan...	53
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel <i>E-Service Quality</i>	54
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	55
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel <i>Price Dizcount</i>	56
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Minat Beli	57
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Validitas	58
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 0,25\%$ uji dua sisi)	61
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	63
Tabel 4.12. Nilai Adjusted R Square.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Total Visitor Matahari.com Agustus 2018 sampai Januari 2019	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	33

